Les îles du Pacifique dans le monde du tourisme

Jean-Christophe Gay

▶ **To cite this version:**

Jean-Christophe Gay. Les îles du Pacifique dans le monde du tourisme. Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, 2013, 65. halshs-03585023

HAL Id: halshs-03585023
https://shs.hal.science/halshs-03585023

Submitted on 22 Feb 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Jean-Christophe Gay
Equipe MIT, Université Paris-VII
Professeur à l'université Nice Sophia-Antipolis
Codirecteur scientifique de l'*Atlas de la Nouvelle-Calédonie* (IRD-Congrès)

Les îles du Pacifique dans le monde du tourisme

Dans l'histoire de la diffusion du tourisme à travers notre planète – à partir du foyer anglais, au milieu du XVIII^e^ siècle, jusqu'à l'Antarctique aujourd'hui –, les premiers touristes ne sont arrivés que tardivement dans les îles du Pacifique, alors que des lieux européens ou nord-américains en recevaient déjà plusieurs centaines de milliers chaque année. Sur les 900 et quelques millions de touristes internationaux en 2011, ce monde insulaire ne pèse quantitativement pas lourd : une dizaine de millions de touristes, dont 7 millions pour le seul archipel hawaïen, qui reste le géant touristique de cet ensemble. Toutefois, en vingt ans, le flux vers le reste de l'Océanie a triplé. Le potentiel de développement est encore important, malgré l'éloignement par rapport aux grands foyers émetteurs de touristes, rendant les destinations océaniennes très dépendantes du secteur aérien et très vulnérables au contexte géopolitique et économique mondial (guerre du Golfe, attentats du 11 septembre 2001, crises économiques, etc.). Si les îles du Pacifique ne représentent qu'un millième du tourisme international, celui-ci leur doit beaucoup en termes d'imaginaires et de pratiques. Inversement, le tourisme est devenu une activité incontournable pour ces îles.

Ce que le tourisme doit au Pacifique

L'affranchissement de la visée thérapeutique du bain de mer ne s'est produit qu'avec le nouveau rapport à l'eau mis en place au début du XX^e^ siècle et toujours en vigueur aujourd'hui. Au « bain à la lame », pratiqué dans une eau froide, s'est substitué un bain hédonique dans une eau tiède et sous un soleil jugé bénéfique. Ce qui peut paraître aller de soi n'est rien moins qu'évident. Il a fallu, pour que s'opère ce basculement et pour qu'émerge ce nouveau rapport à l'eau, au soleil et au corps, un système de valeurs inédit porté par des lieux et des acteurs spécifiques. Le Pacifique, avec Honolulu, Jack London (1876-1916) et Duke Kahanamoku (1890-1968), est au cœur de cette révolution sociale dont Hawaï est un parfait symbole. Les écrits de Jack London, qui séjourna à Waikiki, en rendent compte. Il consacre, à partir de 1907, ce plaisir aquatique et formalise un nouveau modèle esthétique en peignant tout à la fois les frissons du surf, la température idéale de l'eau et l'association de la peau bronzée aux valeurs positives du sport. C'est à Waikiki que naquit l'idée du bronzage, en relation avec l'*a priori* racial positif vis-à-vis des Polynésiens, hérité de Louis-Antoine de Bougainville (1729-1811) avec le récit de son périple autour du monde, publié en 1771. À partir du mythe du « bon sauvage », les Étatsuniens se sont employés à classer les Hawaïens dans une catégorie inédite, faisant de la « race polynésienne » une branche du « stock aryen ». La figure érotisée de la vahiné polynésienne, déclinée en *hula girl* à Hawaï, a certainement favorisé cette assimilation. L'Hawaïen Duke Kahanamoku, triple champion olympique de natation en 1912 et 1920, surfeur ayant fait découvrir ce sport lors de nombreuses démonstrations sur les côtes des États-Unis, d'Australie ou de Nouvelle-Zélande, et acteur

ensuite à Hollywood, incarne cette nouvelle esthétique du corps valorisant la peau brune. Il devient la figure emblématique du *beach boy*, héros athlétique à rapprocher des statues grecques sculptées d'ailleurs dans le bronze.

Ainsi, au début du XX^e^ siècle, Hawaï est le lieu incubateur du *Sea, Sand and Sun*, ses composantes esthétiques et balnéaires s'y mettant en place. Cette invention s'est ensuite diffusée sur le continent, *via* la Floride avec ses *sun-hunters*, et hors des États-Unis, la côte d'Azur avec Juan-les-Pins ayant joué dans les années 1920 un rôle pionnier en Europe. Lieu de l'invention des « 3 S », Waikiki est aussi le foyer de la diffusion planétaire du surf, figure paroxystique des activités physiques sur la plage et dans l'eau qui n'ont cessé de se multiplier par la suite. Cinéma et radio contribuèrent à développer l'imaginaire touristique sur Hawaï, alors que les chemises hawaïennes (*aloha shirts*) étaient inventées dans les années 1930 par des tailleurs japonais et chinois sans relation avec le costume local, mais en les imprimant de figures « polynésiennes » (surf, hibiscus, cocotier, *hula girl*, etc.).

Le Club Méditerranée, emblématique de la massification du tourisme et des « 3 S », ne s'est pas privé de convoquer l'imaginaire des mers du Sud pour mettre à la portée de beaucoup les « paradis lointains » réservés à quelques privilégiés. C'est avec l'ouverture du village de Corfou, dans les années 1950, que s'opère l'étonnant mélange entre la Méditerranée et le mythe polynésien. Il faut dire que l'épouse d'un des deux cofondateurs du Club, Claudine Blitz, avait séjourné à Tahiti dans les années 1940. Elle lança la mode du paréo, le premier symbole du Club. Les GO (gentils organisateurs) le portaient et les GM (gentils membres) l'achetaient dans les boutiques des villages de vacances. Elle introduisit également les colliers de fleurs qui accueillaient les clients comme les visiteurs à Tahiti. Le modèle du *fare* polynésien fut transposé, donnant le premier village de cases à Corfou. La veine de l'utopie et de l'exterritorialité fut exploitée, avec des toponymes suggestifs ou le collier-bar, la nouvelle monnaie du Club à partir de 1957. La même année, le Club Med racheta le Club Polynésie qui avait des villages en Corse, en Espagne et en Yougoslavie. Une société où l'argent est invisible et où règne l'abondance s'invente en Méditerranée, une vie de robinsonnade dans des enclaves polynésiennes créées pour l'occasion, bien que le Club Med n'hésite pas à s'installer en Polynésie française en 1955. Nul doute que les jolies GM portaient un maillot de bain deux pièces inventé en 1946 par le styliste français Louis Réard et qu'il baptise « bikini », du nom d'un atoll micronésien, parce qu'il devait faire sur les plages, selon son créateur, l'effet d'une bombe comparable à celui des essais nucléaires qui allaient être effectués sur cette île du Pacifique !

Ce que le Pacifique doit au tourisme

Les touristes sont rares dans les îles du Pacifique à la fin du XIX^e^ siècle. Le *Royal Hawaiian Hotel* est le premier hôtel de luxe : ouvert en 1872 et situé à Honolulu, il propose à ses hôtes de visiter Waikiki, pittoresque par sa grande cocoteraie et ses *cottages* parsemant le rivage. À sept jours de bateau de la Californie, on ne recense que 2 040 touristes en 1886 dans l'archipel et si à la fin du siècle on rapproche Waikiki de Trouville ou Brighton, la comparaison est plutôt osée. Cependant, l'annexion des îles hawaïennes aux États-Unis en 1898 favorise les investissements. Le *Moana Hotel*, avec ses 75 chambres, est inauguré en 1901 et s'agrandit de deux ailes en 1918. Il est possible d'être hébergé à Waikiki mais la majeure partie de la capacité d'hébergement reste à Honolulu.

La militarisation de l'archipel durant la Seconde Guerre mondiale encourage l'hôtellerie, l'armée louant en totalité les principaux hôtels pendant le conflit. Friands de spectacle, les *boys* dynamisent Waikiki. Autant dire que le secteur touristique est prêt à affronter le boom de

l'après-guerre avec l'augmentation des flux et la mise en place d'un hébergement pour les classes moyennes. L'ouverture du *Reef Hotel* en 1955 et ses 350 chambres marque un tournant. L'« hôtel-building », devient le modèle hôtelier des années 1970 à Waikiki, le plus célèbre étant le *Sheraton Waikiki* avec ses 1 900 chambres, sans équivalent dans le monde au moment de son ouverture en 1971. Les compagnies aériennes proposent des tarifs de lignes intérieures avec la mise en service du Boeing 707 et du DC 8. Elles poussent à la construction d'hôtels pour accueillir un nombre de touristes en forte progression (100 000 en 1955, 250 000 en 1959, 500 000 en 1964). Du côté d'Hollywood, on continue de faire la promotion de l'archipel, que ce soit avec le célèbre film en 1953 *Tant qu'il y aura des hommes* (*From Here to Eternity*) de Fred Zinnemann ou, en 1961, avec Elvis Presley qui joue dans *Sous le ciel bleu d'Hawaï* (*Blue Hawaii*) de Norman Taurog. Dans le même temps, les touristes japonais commencent à venir en nombre. On en compte 120 000 sur 1,7 million de touristes en 1970, 455 000 sur 2,8 millions en 1975 et 1,8 million sur les 6,9 millions en 2000. Les capitaux japonais s'intéressent à Hawaï, rachetant en 1974 les trois plus beaux hôtels de la chaîne Sheraton à Waikiki et à Maui. Au milieu des années 1980, le quart des chambres hôtelières appartient à des sociétés japonaises et 60 % en 1991. Le tourisme est devenu avec l'armée un des deux piliers de l'économie hawaïenne, remplaçant la canne à sucre ou l'ananas, dont les plantations se sont effondrées. La station touristique de Waikiki est le géant du Pacifique. Elle concentre à elle seule 8 % du produit intérieur brut de cet État fédéré, ce qui signifie qu'elle produit à peu près autant de richesses que la Nouvelle-Calédonie et plus que la Polynésie française !

Dans le reste du Pacifique, le tourisme est arrivé plus tardivement. Dans les années 1880, des bateaux de commerce emportent quelques touristes d'Australie vers la Papouasie, les îles Salomon ou les Nouvelles-Hébrides, mais aucune structure d'hébergement n'existe sur place. Il faut attendre les années 1920 pour qu'un premier hôtel soit ouvert à Tulagi (Salomon) et dans les années 1930, les croisiéristes peuvent découvrir ces îles, confortablement installés dans les paquebots de la P&O. Des lieux commencent à être fréquentés par des voyageurs en raison des escales nécessaires pour le ravitaillement en charbon des navires, tel Suva (Fidji) où pour accueillir les passagers en transit, que l'on peut considérer comme les premiers touristes, quelques hôtels sont créés. Le Grand Pacific, ouvert en 1914, peut être considéré comme le premier hôtel touristique des Fidji. En 1926, 3 000 étrangers ont visité ces îles. Au début des années 1930, on ne compte que 700 touristes par an à Tahiti, grâce à la ligne maritime Sydney-San Francisco. Un peu partout dans le Pacifique, il faut souvent attendre l'ère des quadriréacteurs long-courriers pour que les quelques centaines ou milliers de visiteurs annuels au statut incertain (touristes, croisiéristes, aventuriers, commerçants, etc.) soient remplacés par des touristes. À Tahiti, l'inauguration de l'aéroport de Faaa en 1960 provoque un boom de la fréquentation, qui passe 1 472 visiteurs en 1959 en Polynésie française à 8 563 touristes en 1961 et à près de 25 000 en 1967. Au même moment, Lewis Milestone tourne en technicolor, à Tahiti et Bora Bora, *Les Mutinés du Bounty* (*Mutiny on the Bounty*), qui sort sur les écrans en 1962 et connaît un succès planétaire. Hollywood s'empare du mythe tahitien et Marlon Brando se marie avec la jeune Tarita Teriipaia, qui interprète Maimiti, celle dont le lieutenant Fletcher Christian tombe amoureux. Il a deux enfants avec elle, achète l'atoll de Tetiaroa, proche de Tahiti, et décide de s'y installer, ce qui renforce l'attrait de ce territoire. Notons que la Seconde Guerre mondiale et la présence étatsunienne dans nombre d'îles du Pacifique Sud ne sont pas sans relation avec leur intégration au circuit touristique. La construction d'infrastructures (pistes d'aviation, routes, ports, etc.) et la présence conséquente d'étrangers ont préparé à l'accueil des touristes en nombre et ont véritablement fait émerger un artisanat local, valorisant et monétarisant un patrimoine qui n'avait intéressé jusque-là que quelques anthropologues.

La contrainte de la distance, qui a des répercussions sur le coût des séjours, explique que les trois foyers émetteurs bordant l'océan Pacifique (États-Unis, Asie orientale, Australie et Nouvelle-Zélande) se partagent l'Océanie en trois secteurs. Au nord-est, les îles Hawaï sont dominées par le flux nord-américain. Au nord-ouest, spécialement à Guam, aux Mariannes-du-Nord et à Palau, ce sont les touristes asiatiques qui l'emportent. Dans le sud-ouest, Australiens et Néo-Zélandais sont très présents. Les collectivités françaises du Pacifique constituent des cas particuliers, par l'importance des Européens et spécialement des Métropolitains.

En dépit de flux relativement modestes – puisqu'en dehors d'Hawaï, seule Guam dépasse actuellement le million de touristes –, le tourisme est devenu une activité essentielle pour la viabilité de certains territoires et micro-États océaniens, comme Guam, les Mariannes-du-Nord, Palau, Fidji, Cook ou Vanuatu. Bien que venant après la colonisation et la christianisation, qui ont transformé en profondeur les sociétés locales, les effets du tourisme restent controversés. On l'accuse de nombreux maux, sans toujours avoir à l'esprit qu'il est désormais l'unique activité permettant d'enrayer l'émigration et le dépeuplement des îles secondaires au profit des grandes agglomérations comme Auckland (Nouvelle-Zélande) ou Sydney (Australie). Il est aussi le seul secteur capable de réduire l'assistanat, qu'il s'agisse des collectivités françaises du Pacifique, dont la prospérité factice repose sur les transferts colossaux venant de Métropole, ou des États et territoires relevant du modèle MIRAB (« Migration, Remittances, Aid & Bureaucracy »), développé par Geoff Bertram et Ray F. Watters (1985), c'est-à-dire dont les ressources proviennent des remises des émigrés et de l'aide internationale, alimentant une bureaucratie pléthorique. Le tournant touristique pris, ces vingt dernières années, par de nombreuses petites économies insulaires (PEI) relevant de ce modèle et aboutissant à la mise en évidence du modèle SITEs – c'est-à-dire « Small Island Tourist Economies » (McElroy, 2006) – ne s'est que rarement produit en France d'outre-mer, avec une fréquentation qui stagne ou décline, et ne concerne qu'une minorité de PEI océaniens, contrairement à la Caraïbe.

Souvent dénoncé comme un phénomène détruisant les cultures « traditionnelles », le tourisme peut être un moyen de définir les identités locales et de forger les revendications politiques. La polémique apparue en Polynésie française à la suite du cyclone Oli (4 février 2010) et des déclarations de son ministre de la Culture, en réponse aux hôteliers de Bora Bora qui souhaitaient refaire les toitures des bungalows en palmex, un succédané du pandanus, est à ce propos édifiante. À la suite des bouleversements liés au Centre d'expérimentation du Pacifique, avec la monétarisation et l'importation massive de matériaux de construction, les toits en tôles ondulées y ont progressivement remplacé les matériaux de construction traditionnels. Ce n'est que grâce à une décision des pouvoirs publics imposant à l'hôtellerie internationale ce « cachet polynésien », le toit en pandanus, que cette filière, comprenant les cueilleurs, les producteurs de paquets, les négociants ou les confectionneurs de toits, a été sauvée. Cet exemple montre que le tourisme offre, à l'évidence, une seconde vie à différents aspects du patrimoine polynésien (danse et chants, architecture, artisanat, etc.). L'émulation qui existe entre les troupes de danse des Îles Sous-le-Vent est aussi symptomatique de ce patrimoine, non seulement préservé mais dynamisé. Les espaces les plus touristifiés, tels Bora Bora ou Oahu, sont devenus le creuset d'une société nouvelle où cohabitent des populations d'origine européenne, des autochtones, des Polynésiens d'autres îles, attirés par les emplois touristiques ainsi que d'autres communautés. Ainsi le tourisme et la dynamique patrimoniale sont à l'origine de nouvelles sociabilités. La production par le tourisme de lieux variés a son importance dans le rapport de cette activité avec les sociétés océaniennes. Certains sont séparés de la population locale, telles les enclaves touristiques qu'on trouve sur des îlots en

Polynésie française ou dans l'archipel des Mamanuca aux Fidji. D'autres sont totalement ouverts, comme la célèbre station balnéaire de Waikiki. Le rapport visiteur/visité ne se jouera pas de la même façon mais, dans tous les cas, le tourisme constituera une source de transformation des sociétés coutumières.

Références bibliographiques

BERTRAM, G. et WATTERS, R. F., « The MIRAB economy in South Pacific microstates », *Pacific Viewpoint*, vol. 26, 1985, p. 497-519.

BURLO, Ch. de, « Islanders, Soldiers, and Tourists: The War and the Shaping of Tourism in Melanesia », *in* WHITE G. M. et LINDSTROM L., *The Pacific Theater. Island Representations of World War II*, Honolulu, University of Hawaii Press, 1989, p. 299-325.

CONDEVAUX, A., *Performances polynésiennes : adaptations locales d'une « formule culturelle-touristique » globale en Nouvelle-Zélande et à Tonga*, thèse de doctorat, université Aix-Marseille-I, 2011.

DOUGLAS, N., *They Came for Savages. 100 Years of Tourism in Melanesia*, Alstonville (Australie), Southern Cross University Press, 1996.

EQUIPE MIT, *Tourisme 2. Lieux communs*, Paris, Belin, coll. « Mappemonde », 2005.

EQUIPE MIT, *Tourisme 3. La Révolution durable*, Paris, Belin, coll. « Mappemonde », 2011.

GAY, J.-Ch., « Why is Tourism Doing Poorly in Overseas France? », *Annals of Tourism Research*, vol. 39, n° 3, 2012, p. 1634-1652.

HARRISON, D., « Tourism in Pacific Islands », *The Journal of Pacific Studies*, vol. 26, n° 1 et 2, 2004, p. 1-28. En ligne sur : <www.usp.ac.fj/index.php?id=8098>, consulté le 22/11/2012.

KAHN, M., « Tahiti Intertwined: Ancestral Land, Tourist Postcard, and Nuclear Test Site », *American Anthropologist*, vol. 102, 2000, p. 7-26.

MCELROY, J. L., « Small Island Tourist Economies Across the Life Cycle », *Asia Pacific Viewpoint*, vol. 47, 2006, p. 61-77.

TEAIWA, T. K., « Bikinis and Others S/Pacific N/Oceans », *The Contemporary Pacific*, vol. 6, 1994, p. 87-109.